

Konsentrasi / Bidang Minat : Pemasaran

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION*
TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI *BRAND ATTITUDE*
PADA LAPTOP ACER
DI SURABAYA**

Skripsi S-1



OLEH :

VINCENTIUS HARDI KURNIAWAN

3103008068

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2011**

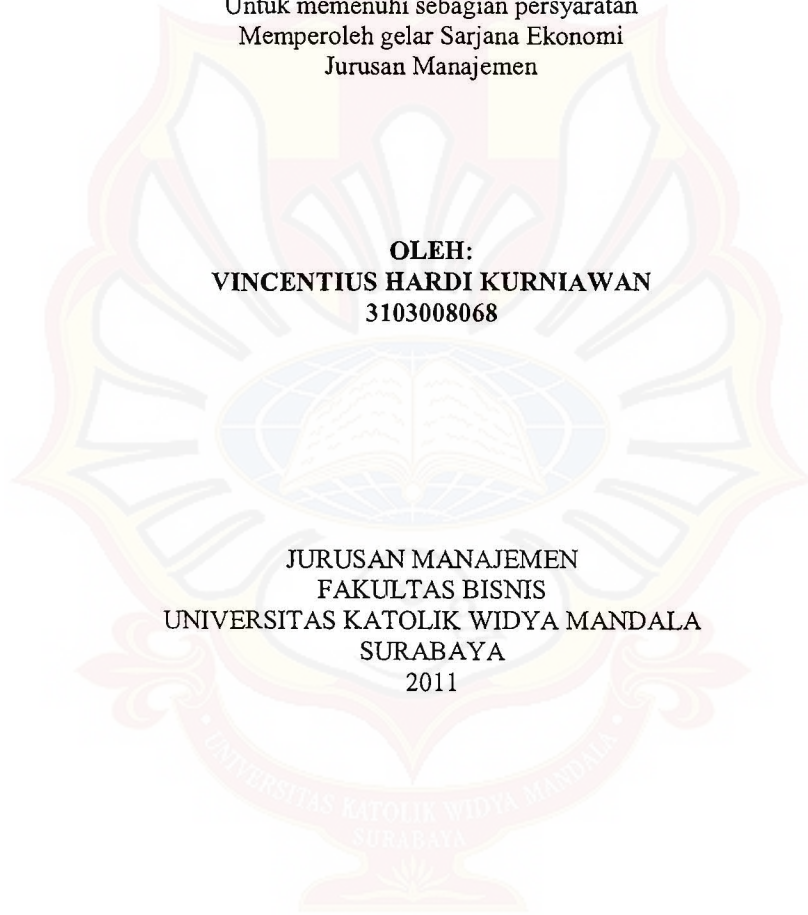
**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION*
TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI *BRAND*
ATTITUDE PADA LAPTOP ACER
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Ini diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
VINCENTIUS HARDI KURNIAWAN
3103008068

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2011



HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**Pengaruh *Brand Image* dan *Customer Satisfaction* terhadap
Brand Loyalty melalui *Brand Attitude*
Pada Laptop Acer
di Surabaya**

Oleh:

VINCENTIUS HARDI KURNIAWAN

3103008068

Telah Disetujui dan Diterima Dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing 1



Dr. Chr. Esti Susanti, MM., CPM(AP)

Tanggal : 24.1.2012

Pembimbing 2



Dra. Ec. Anik Suhartatik, MM

Tanggal : 25-1-2012

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Skripsi yang ditulis oleh : VINCENTIUS HARDI KURNIAWAN, NRP:
3103008068 telah diuji pada tanggal 30 Januari 2012 dan dinyatakan lulus
oleh :

Ketua Tim Penguji,




Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM(AP)

Mengetahui :


Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Chr. Widyia Utami, MM.

NIK : 311.92.0185



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM

NIK : 311.89.0152

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : VINCENTIUS HARDI KURNIAWAN
NRP : 3103008068
Judul : Pengaruh *Brand Image*, dan *Customer Satisfaction* terhadap
Brand Loyalty melalui *Brand Attitude* pada Laptop Acer di
Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya.
Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi
yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya
Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini
dipublikasikan/ditampilkan di *internet* atau media lain (*Digital Library*
Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk
kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya
ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 Februari 2012



(VINCENTIUS HARDI KURNIAWAN)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan kuasa-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan studi serta memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof., Dr. J.S. Ami Soewandhi, selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Dr. Christina Widya Utami, MM., selaku Dosen Wali penulis dan Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec. Julius Koesworo, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM(AP), selaku Dosen Pembimbing 1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Ibu Dra. Ec. Anik Suhartatik, MM., selaku Dosen Pembimbing 2 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Segenap Dosen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu.
7. Segenap Karyawan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
8. Orangtua, kakak dan adik serta saudara-saudara yang telah memberikan dukungan baik material maupun non-material, serta doa untuk menyelesaikan skripsi ini.

9. Orang yang penulis cintai, Theresia Witta Anggraeni yang telah memberikan dukungan secara material dan non-material, serta doa dan semangat untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang ikut membantu menyumbangkan doa, waktu, tenaga, dan pikiran, antara lain : Adi Lingga Prasetya, Arvin Leonardo, Sugeng Adi Pratama, Yogi Utama, Yuanita, Alexander Evandri, dan teman-teman lain yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu.
11. Teman-teman di luar Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, antara lain : Raymondus Indra Widjaja, Agustinus Danny, Robertus Andrianto, Christophorus Emmanuel Tri Atmaja, Theodorus Ardityo, dan teman-teman lain yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu atas doa dan dukungannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
12. Dan pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu.

Semoga segala dukungan dan doa atas penyelesaian penyusunan skripsi ini mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Semoga penulisan dan penyusunan skripsi ini berguna bagi penulis dan pembaca sekalian.

Surabaya, 23 Januari 2012,

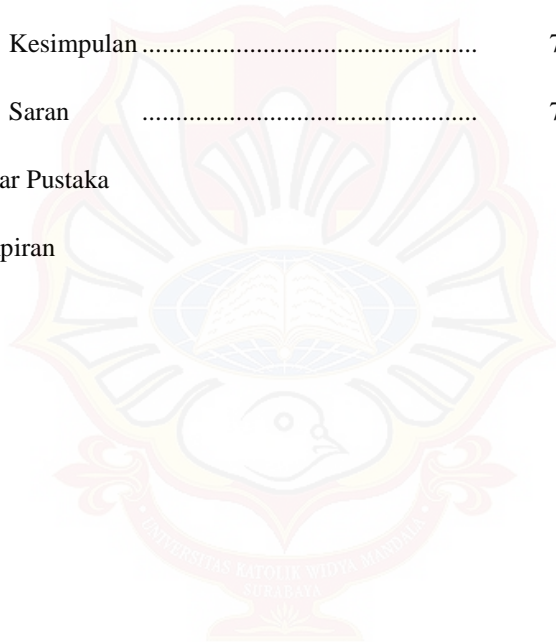
Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iii
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	viii
Daftar Lampiran	ix
Abstrak.....	x
<i>Abstract</i>	xi
Bab 1 Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penelitian.....	7
Bab 2 Tinjauan Pustaka	9

2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Tinjauan Teori.....	11
2.3 Kerangka Konseptual	27
2.4 Hipotesis	27
Bab 3 Metode Penelitian	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Identifikasi Variabel.....	28
3.3 Definisi Operasional	28
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	30
3.5 Skala Pengukuran Variabel	31
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data	32
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	33
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	34
3.9 Teknik Analisis Data.....	35
Bab 4 Analisis dan Pembahasan.....	39
4.1 Karakteristik Reponden	39

4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	43
4.3 Analisis Data.....	49
4.4 Pembahasan	66
Bab 5 Kesimpulan dan Saran	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	74
Daftar Pustaka	
Lampiran	



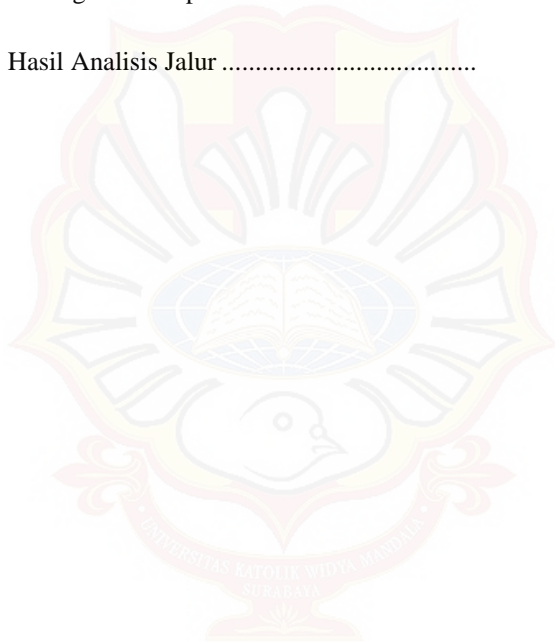
DAFTAR TABEL

1.1 Peringkat Kepuasan Pelanggan terhadap Merek Laptop.....	2
2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini	10
3.1 <i>Goodness of Fit Index</i>	38
4.1 Karakteristik Responden yang Memiliki Laptop Acer	39
4.2 Karakteristik Responden yang Berdomisili di Surabaya.....	40
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Laptop Acer 1 Tahun Terakhir	43
4.7 Statistik Deskriptif Setiap Variabel.....	43

4.8	Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	44
4.9	Statistik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	45
4.10	Statistik Deskriptif <i>Brand Attitude</i>	47
4.11	Statistik Deskriptif <i>Brand Loyalty</i>	48
4.12	Hasil Pengujian Validitas dengan Nilai t Statistik	49
4.13	Reliabilitas Konstruk <i>Brand Image</i>	51
4.14	Reliabilitas Konstruk <i>Customer Satisfaction</i>	52
4.15	Reliabilitas Konstruk <i>Brand Attitude</i>	53
4.16	Reliabilitas Konstruk <i>Brand Loyalty</i>	54
4.17	Uji Normalitas.....	56
4.18	Uji <i>Outlier</i> dengan Metode <i>Mahalanobis</i>	57
4.19	Hasil <i>Goodness of Fit Index</i>	58
4.20	Uji Hipotesis.....	63
4.21	Uji Hipotesis Variabel Intervening.....	63

DAFTAR GAMBAR

2.1	Model Loyalitas oleh Percy dan Elliot.....	25
2.2	Kerangka Konseptual	27
4.1	Hasil Analisis Jalur	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Pengisian Kuesioner Responden

Lampiran 3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Lampiran 4 Uji Validitas

Lampiran 5 Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Uji *Structural Equation Modelling* (SEM)

Lampiran 7 Uji *Model Fit*

Lampiran 8 Hasil Analisis Jalur

ABSTRAK

Sekarang ini teknologi terus berkembang dengan cepat. Laptop sudah menjadi kebutuhan manusia untuk membantu pekerjaannya. Acer adalah salah satu produsen laptop yang dikenal di dunia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty* melalui *Brand Attitude* pada Laptop Acer di Surabaya.

Responden adalah pelajar dan mahasiswa yang menggunakan laptop Acer di Surabaya sebanyak 150 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*. Sedangkan, teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SEM (Structural Equation Modelling).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image* dan *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Attitude*, serta *Brand Attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty*.

Hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini semuanya diterima dan hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Suh dan Yi (2006) dan Sondoh Jr. *et al* (2007). Saran peneliti terhadap perusahaan yaitu, Acer harus memperhatikan dan meningkatkan *Brand Image*, *Customer Satisfaction*, dan *Brand Attitude* dalam membangun *Brand Loyalty*.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Customer Satisfaction*, *Brand Attitude*, *Brand Loyalty*.

THE EFFECT OF *BRAND IMAGE* AND *CUSTOMER SATISFACTION* TO *BRAND LOYALTY* THROUGH *BRAND ATTITUDE* ON ACER LAPTOP IN SURABAYA

ABSTRACT

Nowadays, the technology still growing rapidly. Laptop have become the human needs to help their works. Acer is one of the famous laptop manufacturer in the world. The purpose of this study is to determine the effect of Brand Image and Customer Satisfaction to Brand Loyalty through Brand Attitude on Acer Laptop in Surabaya.

The 150 respondents in this study is students and college students in Surabaya whose using Acer Laptop. The sampling technique used in this study is probability sampling. Meanwhile, the analytical technique used in this study is Structural Equation Modelling (SEM) analysis.

The results in this study indicates Brand Image and Customer Satisfaction has positive and significance impact on Brand Attitude. Also, Brand Attitude has a positive and significance impact to Brand Loyalty.

All of the hypotheses contained in this study has been accepted and the results in this study supporting previous research by Suh and Yi (2006), and Sondoh Jr. *et al.* (2007). The researcher advise to the Acer is to pay attention to and enhance Brand Image, Customer Satisfaction, and Brand Attitude to build Brand Loyalty.

Keywords : Brand Image, Customer Satisfaction, Brand Attitude, Brand Loyalty